

5-17-02

Abstract of JP2002140616

BEST AVAILABLE COPY

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-140616

(P 2 0 0 2 - 1 4 0 6 1 6 A)

(43) 公開日 平成14年5月17日 (2002.5.17)

(51) Int. Cl. ⁷	識別記号	F I	テーマコード (参考)
G06F 17/60	326 ZEC 170	G06F 17/60	326 ZEC 170 A

審査請求 未請求 請求項の数10 O L (全14頁)

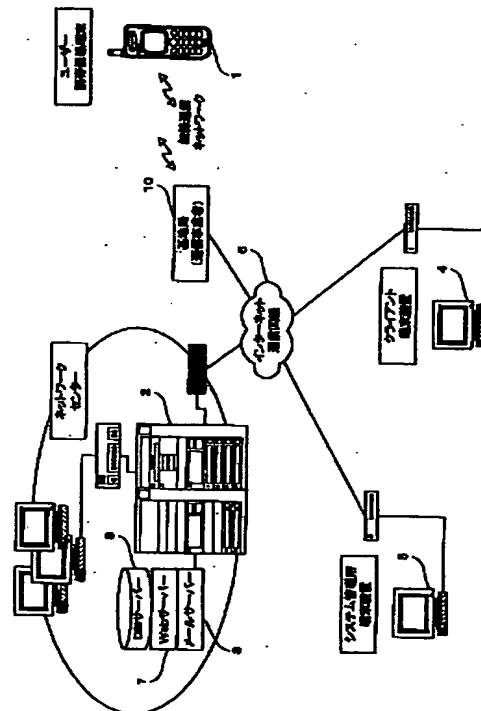
(21) 出願番号	特願2000-336516 (P 2000-336516)	(71) 出願人	500148662 株式会社アクシブドットコム 東京都渋谷区神泉町11番7号 セロンビル 7 F
(22) 出願日	平成12年11月2日 (2000.11.2)	(72) 発明者	尾 関 茂 雄 東京都渋谷区神泉町11番7号 セロンビル 7 F 株式会社アクシブドットコム内
		(72) 発明者	宇 佐 美 進 典 東京都渋谷区神泉町11番7号 セロンビル 7 F 株式会社アクシブドットコム内
		(74) 代理人	100093399 弁理士 瀬谷 徹 (外2名) Fターム(参考) 5B049 BB49 CC00 CC08 EE02 GG00 GG09

(54) 【発明の名称】 広告効果測定管理システム

(57) 【要約】

【課題】 オフライン広告の正確な広告効果を測定できる広告効果測定管理システムを提供する。

【解決手段】 オフラインでの企業の各種広告媒体における広告効果を評価するコンピュータシステムにおいて、各企業が提供するキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報と、キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスとを含むキャンペーン・データベースと、広告媒体に掲載されたメールアドレスを用いてキャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募したユーザーの入力情報が登録される応募データベースとを備え、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定を、インターネットを含む通信ネットワークを介してユーザーが広告媒体に掲載されたメールアドレス宛てに携帯無線端末より電子メールを送信することによって行い、オンラインによる広告効果を加味することで正確な広告効果を測定するものである。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 オフラインでの企業の各種広告媒体における広告効果を評価するコンピュータシステムにおいて、

各企業が提供するキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報と前記キャンペーン又は前記広告媒体に対応付けられたメールアドレスとを含むキャンペーン・データベースと、

前記広告媒体に掲載されたメールアドレスを用いてキャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募したユーザーの入力情報が登録される応募データベースとを備え、

前記キャンペーン又は前記広告媒体による広告効果測定を、インターネットを含む通信ネットワークを介してユーザーが前記広告媒体に掲載されたメールアドレス宛てに携帯無線端末より電子メールを送信することによって行うことを特徴とする広告効果測定管理システム。

【請求項2】 キャンペーンを行う各企業を特定する企業特定情報が登録される企業データベースを備え、クライアント企業からの受注キャンペーン又は広告媒体に対し特定のメールアドレスを発行して割当てするメールアドレス発行手段と、

企業のキャンペーン登録を行い、前記メールアドレスを各広告媒体に掲載してキャンペーンを開始するキャンペーン受注手段と、

前記メールアドレス発行手段により前記キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスをキャンペーン・データベースに格納するキャンペーンデータ格納手段とを備えることを特徴とする請求項1に記載の広告効果測定管理システム。

【請求項3】 メール送受信機能を有する携帯無線端末を用いて、キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスにユーザーが空のメールを送信して、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を行うキャンペーン応募手段と、

前記ユーザーからの応募メールを受け付け該当キャンペーン又は広告媒体の有無を前記キャンペーン・データベースより確認するキャンペーン受付手段と、

前記キャンペーンが応募対象期間であれば応募データベースを確認しユーザーの応募データが無い場合は前記応募データベースに登録するキャンペーン応募登録手段とを備えることを特徴とする請求項1又は請求項2に記載の広告効果測定管理システム。

【請求項4】 前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザーからのメールを受信しメールアドレス毎のメールボックスを有するメールサーバーを備え、

前記キャンペーン受付手段は、ユーザーの携帯無線端末からの応募送信メールを自動的にキャンペーン又は広告媒体毎に仕分けることを特徴とする請求項3に記載の広

告効果測定管理システム。

【請求項5】 前記キャンペーン又は前記広告媒体による広告効果測定に応募するユーザーを特定するID、パスワード、名前（又は名称）を少なくとも含む会員特定情報が登録される会員データベースと、

前記キャンペーンを提供するクライアント企業、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザー、及びシステム管理者に情報を提供するWebサーバーとを備え、

10 前記メールサーバーは、前記ユーザーに前記キャンペーン又は広告媒体に係わる情報をメールで送信する機能を有し、

前記キャンペーン応募登録手段で登録済みのユーザーに、前記キャンペーンを行う企業の提供情報が掲載されたWebページのURLリンク付きメールを送信する提供情報URL通知手段と、

メール送受信機能とWebブラウザ機能とを有する携帯無線端末を用いて、前記ユーザーが前記URLを指定してWebページを参照し、前記提供情報の懸賞・プレゼント等に応募する提供情報応募手段と、

20 前記ユーザーが参照する提供情報のWebページへの入力により、応募データベースから再度該当ユーザーのチェックを行い、ユーザーが必要事項を入力することによって会員データベースへの会員登録を行う会員登録手段と、

ユーザーに応募又は会員登録手続きの完了をメールで通知する応募登録完了手段とを備えることを特徴とする請求項1～4のいずれかに記載の広告効果測定管理システム。

30 【請求項6】 前記会員登録が完了したユーザーに、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を受付ける度にポイントを付与し、得られたポイントに相当する金券又は商品との交換ができることを特徴とする請求項5に記載の広告効果測定管理システム。

【請求項7】 前記ユーザーが応募した前記キャンペーン又は広告媒体に係わる広告閲覧効果を、通信ネットワークを介して確認できるレポート手段と、

キャンペーン又は広告媒体に係わる応募者データをデータベースからダウンロードできる応募者データダウンロード手段とを備えることを特徴とする請求項1～6のい

40 ずれかに記載の広告効果測定管理システム。

【請求項8】 前記メールアドレスは、ユーザーIDの部分に複数桁の数字で構成し、少なくとも最初の2桁以上にキャンペーン・コードを割当て、次の複数桁に自由コードを割当て、最終桁に誤り訂正のチェックデジットを付加していることを特徴とする請求項1～4のいずれかに記載の広告効果測定管理システム。

【請求項9】 前記キャンペーン・データベースは、少なくともキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報とメールアドレスとを関連付けて格納し、

メールアドレスのキャンペーン・コードを検索することによってキャンペーン又は広告媒体を一意に識別できることを特徴とする請求項 1～4 のいずれかに記載の広告効果測定管理システム。

【請求項 10】 前記レポートイング手段および応募者データダウンロード手段は、オンライン応募アクセスと、オフライン応募アクセスとを総合したトータルアクセス回数を集計して、正確な広告効果の測定を可能にすることを特徴とする請求項 7 に記載の広告効果測定管理システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】 本発明は、携帯無線端末からオフライン上のキャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を募り、キャンペーンの応募受付や広告媒体毎の広告効果を測定するシステムに関するものである。

【0002】

【従来の技術】 従来、インターネットの利用が急速に拡大しつつあり、特にホームページと呼ばれる画像を中心とする情報を、そのページのアドレスを示す URL (Uniform Resource Locator) に従ってアクセスし、Web ブラウザと呼ばれるアプリケーションプログラムを利用して閲覧する利用形態が広範に行われている。このようなインターネット上のホームページの機能が注目を集め、オンラインショッピングやアンケート等の商用利用も急増している。これを受けて、インターネットでもホームページにスポンサーが付き、盛んに広告が行われるようになってきた。しかしホームページ上の広告がどの程度の広告効果を持つかの評価は、その広告がユーザーによってどの程度見られているのかを把握する必要がある。そのためには広告を掲載するホームページへのアクセス回数が重要となり、ホームページへのアクセスの実績を記録するアクセスログ記録等からアクセス回数を集計して、広告掲載料金決定の指標としていた。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】 しかしながら、上記従来例におけるインターネットを用いて開設されたホームページを、ユーザーが閲覧してアクセスするような形態ではアクセス回数を直接記録し集計することでオンライン広告の評価が可能であるが、情報提供者が広告主の企業から受注したキャンペーン等を、インターネットを利用しない一般ユーザーを対象とした街頭の看板、店舗の商品、TV などの広告媒体を介して行うオフライン広告の場合は、ユーザーが実際に着目した広告の正確な集計ができないので広告効果の評価が不可能であるという問題があった。

【0004】 そこで、本発明は、オフラインのキャンペーン対象毎にメールアドレスを割り振り、ユーザーは携帯無線端末からこのメールアドレスを使って応募し、デ

ータベースへは各キャンペーンとメールアドレスを対応させて一意に識別できるように登録することによってオフライン広告効果が測定でき、オンライン広告をも統合した広告効果の測定が可能になる広告効果測定管理システムを提供することを目的としている。

【0005】

【課題を解決するための手段】 上記目的を達成するため、請求項 1 に記載の発明は、オフラインでの企業の各種広告媒体における広告効果を評価するコンピュータシステムにおいて、各企業が提供するキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報と前記キャンペーン又は前記広告媒体に対応付けられたメールアドレスを含むキャンペーン・データベースと、前記広告媒体に掲載されたメールアドレスを用いてキャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募したユーザーの入力情報が登録される応募データベースとを備え、前記キャンペーン又は前記広告媒体による広告効果測定を、インターネットを含む通信ネットワークを介してユーザーが前記広告媒体に掲載されたメールアドレス宛てに携帯無線端末より電子メールを送信することによって行うことを特徴としている。

【0006】 請求項 2 に記載の発明は、キャンペーンを行う各企業を特定する企業特定情報が登録される企業データベースを備え、クライアント企業からの受注キャンペーン又は広告媒体に対し特定のメールアドレスを発行して割当てるメールアドレス発行手段と、企業のキャンペーン登録を行い、前記メールアドレスを各広告媒体に掲載してキャンペーンを開始するキャンペーン受注手段と、前記メールアドレス発行手段により前記キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスをキャンペーン・データベースに格納するキャンペーンデータ格納手段とを備えることを特徴としている。

【0007】 請求項 3 に記載の発明は、メール送受信機能を有する携帯無線端末を用いて、キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスにユーザーが空のメールを送信して、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を行うキャンペーン応募手段と、前記ユーザーからの応募メールを受け付け該当キャンペーン又は広告媒体の有無を前記キャンペーン・データベースより確認するキャンペーン受付手段と、前記キャンペーンが応募対象期間であれば応募データベースを確認しユーザーの応募データが無い場合は前記応募データベースに登録するキャンペーン応募登録手段とを備えることを特徴としている。

【0008】 請求項 4 に記載の発明は、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザーからのメールを受信しメールアドレス毎のメールボックスを有するメールサーバーを備え、前記キャンペーン受付手段は、ユーザーの携帯無線端末からの応募送信メールを自動的にキャンペーン又は広告媒体毎に仕分けるこ

とを特徴としている。

【0009】請求項5に記載の発明は、前記キャンペーン又は前記広告媒体による広告効果測定に応募するユーザーを特定するID、パスワード、名前（又は名称）を少なくとも含む会員特定情報が登録される会員データベースと、前記キャンペーンを提供するクライアント企業、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザー、及びシステム管理者に情報を提供するWebサーバーとを備え、前記メールサーバーが、前記ユーザーに前記キャンペーン又は広告媒体に係わる情報をメールで送信する機能を有し、前記キャンペーン応募登録手段で登録済みのユーザーに、前記キャンペーンを行う企業の提供情報が掲載されたWebページのURLリンク付きメールを送信する提供情報URL通知手段と、メール送受信機能とWebブラウザ機能とを有する携帯無線端末を用いて、前記ユーザーが前記URLを指定してWebページを参照し、前記提供情報の懸賞・プレゼント等に応募する提供情報応募手段と、前記ユーザーが参照する提供情報のWebページへの入力により、応募データベースから再度該当ユーザーのチェックを行い、ユーザーが必要事項を入力することによって会員データベースへの会員登録を行う会員登録手段と、ユーザーに応募又は会員登録手続きの完了をメールで通知する応募登録完了手段とを備えることを特徴としている。

【0010】請求項6に記載の発明は、前記会員登録が完了したユーザーに、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を受付ける度にポイントを付与し、得られたポイントに相当する金券又は商品との交換ができることを特徴としている。

【0011】請求項7に記載の発明は、前記ユーザーが応募した前記キャンペーン又は広告媒体に係わる広告閲覧効果を、通信ネットワークを介して確認できるレポート手段と、キャンペーン又は広告媒体に係わる応募者データをデータベースからダウンロードできる応募者データダウンロード手段とを備えることを特徴としている。

【0012】請求項8に記載の発明は、前記メールアドレスが、ユーザーIDの部分に複数桁の数字で構成し、少なくとも最初の2桁以上にキャンペーン・コードを割当て、次の複数桁に自由コードを割当て、最終桁に誤り訂正のチェックデジットを付加していることを特徴としている。

【0013】請求項9に記載の発明は、前記キャンペーン・データベースが、少なくともキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報とメールアドレスとを関連付けて格納し、メールアドレスのキャンペーン・コードを検索することによってキャンペーン又は広告媒体を一意に識別できることを特徴としている。

【0014】請求項10に記載の発明は、前記レポート

手段および応募者データダウンロード手段が、オンライン応募アクセスと、オフライン応募アクセスとを総合したトータルのアクセス回数を集計して、正確な広告効果の測定を可能にすることを特徴としている。

【0015】

【発明の実施の形態】以下、本発明の実施の形態について図を参照して説明する。図1は本実施の形態における広告効果測定管理システムの構成図である。図1において、1はユーザーが応募に使用するメール送受信機能とWebブラウザ機能を有する携帯無線端末で、インターネット通信回線5とは無線通信ネットワーク、基地局（通信事業者）10を介して接続される。携帯無線端末としては、例えばNTT、docomo iモード対応、或いは他システムの同等機能を有する携帯電話機などの他、無線通信機能を備えた各種モバイル端末（PDA：情報端末、パームトップコンピュータ、ノートパソコンなど）が使用可能である。

【0016】2はネットワーク・センター内に設置された本システムのネットワーク装置である。3はネットワーク装置2内に設置されているメールサーバーで、ユーザーからのメール応募を受付け、応募に係わる応答のメールを送信する。4はクライアント企業に設置されたPC（パーソナル・コンピュータ）などの端末装置で、レポート手段を用いて広告閲覧結果を確認できる。5はインターネット通信回線、6は本システムの管理用で、全体を管理しスケジュールを監視するための端末装置である。7はネットワーク装置2内に設置されているWebサーバーで、該当するURLのWebページにより、ユーザーへの情報の提供やレポート処理などを受付け、データベースへの登録、検索処理などを行う。8は同じくネットワーク装置2内に設置されているデータベース・サーバーでキャンペーン・データベース、応募データベース、会員データベース、企業データベース等が収納されている。

【0017】次に動作について説明する。図2は図1に示す広告効果測定管理システムの全体の業務フローを示す図である。まず、図2の全体の業務フローに示すように、クライアント（企業）からの発注キャンペーン登録は、発注手続きとして、懸賞応募ページURL、賞品種別（招待券、電化製品、テレカ、旅行券、ゲーム、PC関連…などの種別）、応募方式（アンケート、クイズ等）、賞品金額、当選者合計、抽選日、等を含めてシステムへ通知し発注する（S1）。システムは受注手続きとして（S2）、企業のキャンペーン登録を行い（S3）、メールアドレスを発行する（S4）。

【0018】この、メールアドレスは、企業が提供するキャンペーン又は広告媒体毎に発行されるもので、図6に示すように、ユーザーIDの部分に数字を割振り、キャンペーン用IDとして使用する。

(1)、最初の2数字がキャンペーン毎に付与されるキ

【 0 0 2 1 】 図 3 に示すユーザーの所有する携帯無線端末からの応募受付処理のフローを参照して、応募処理手順（S 3 0 ～ S 4 4）について順に説明する。ユーザーがキャンペーン又は広告媒体を知って携帯無線端末 1 から、広告媒体などに掲載されているメールアドレス宛てに送信すると（S 3 0）、ネットワーク装置 2 内のメールサーバー 3 側に用意されているメールアドレス毎のメールボックスで受信され（S 3 1）、キャンペーン登録の際に作成されたキャンペーン又は広告媒体に対応したメールアドレスを参照してメールの解析が行われ（S 3

【0025】S101の判断で現在キャンペーン中の場合は、更に応募データベース21を検索して申込みユー

ザーの応募履歴をチェックする(S103)。既に、応募済みならば二重応募を避けるため「ごめんなさい」メールを送信して打ち切る(S104)。当キャンペーンへの応募が初回ならば、応募データベース21に応募者データを登録する(S105)。(これがキャンペーン応募登録手段の動作となる)。

【0026】応募データベース21に応募者名を登録したら、ネットワーク装置2はメールサーバー3を介してキャンペーンの懸賞ページ等の、提供情報の「URL」リンク付きのメールを応募ユーザーに送信する(S106)。「URL」リンク付きのメールを受け取ったユーザーは、「URL」を指定して懸賞応募のWebページを呼出して応募する(S107)。(これが、提供情報URL通知手段と、提供情報応募手段の動作となる)。この場合の具体的なイメージは、図8の画面イメージに示す。

【0027】図4のS106においてメールサーバー3から送信されたメールは図8(a)のような内容となる。ユーザーは「URL」を指定することで該当するWebブラウザを起動させ、Webサーバー7から送信された図8(b)のような懸賞応募トップページから応募する。ネットワーク装置2はWebサーバー7の応募受付サイトを介し、ユーザーが入力したキャンペーンの有無の確認(S108)と、応募の確認(S109)と、応募データベース21を検索してキャンペーン応募者本人であることの確認を行う(S111)。

【0028】次に、ネットワーク装置2は、応募者が既に会員登録されているか否かを会員データベース22を検索して確認する(S112)。非会員なら、図8

(c)に示すように、応募ページにアクセスしてきた応募者がデフォルトとして設定された応募ページの各項目に入力を行う(S114)ように促がす。一方、既に会員の場合は、図9(c)に示すように、会員の各情報をデフォルトとして、予め入力される各項目を会員データベース22から引き出し入力を促がす(S113)。入力された応募ページの内容を確認して(S115)、応募データベース21に懸賞応募の登録を行う(S117)。

【0029】最後に、会員登録のための、簡単応募の有無のチェックを行い(S118)、無ければ応募完了メールをユーザーへ送信して終了する(S121)。あれば会員登録手続きを行って(S119)(これが会員登録手段の動作となる)、登録完了をメールで送信する(S120)。こうして、各ユーザーの応募が終了する(これが応募登録完了手段の動作となる)。

【0030】再び図2に戻って、クライアントの企業は図1に示したクライアント端末装置4及びレポートング手段により、インターネットなどの通信ネットワークを介してキャンペーンの日別、広告媒体別に何処から何人応募したかの表示を見ることができる(S10)。ま

た図3に示した応募データベース21からの応募者データのダウンロードができるので(S12)、これによって図4~5に示したS100からのフローに従い、メールによるキャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募者数と、懸賞応募ページへの応募者数の双方が入手可能になり、さらにオンライン広告とオフライン広告とのアクセス回数を総合的に入手することで、トータルとしての正確な広告効果を測定して企業宣伝予算に反映させることができる。

【0031】このように、本実施の形態によれば、メール送受信機能とWebブラウザ機能を有する携帯電話等によりキャンペーン応募が可能になり特別な閲覧ソフトを使用しなくてもアクセス可能になった。また、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募だけでなく、該当するメールアドレスに送信するだけで良く、操作も簡単である。また、キャンペーン又は広告媒体毎にメールアドレスを付与して識別IDとしたので、ユーザーがメールアドレスへ送信するだけで、メールボックスでの受信により応募メールは自動的にキャンペーン又は広告媒体毎に仕分けられ、キャンペーン・データベースにはキャンペーンとメールアドレスとが対応付けられて格納されるので、キャンペーン・コードから一意に識別できるようになって処理が効率化される。また、オンライン、オフライン双方のアクセスを、葉書やFAX、電話等による各企業の受付数も含めて総合的にチェックすることで、より正確なアクセス数が集計できるので、信頼度の高い広告効果の測定が可能になる。

【0032】

【発明の効果】以上説明したように、請求項1に記載の発明によれば、オフラインでの企業の各種広告媒体における広告効果を評価するコンピュータシステムにおいて、各企業が提供するキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報とキャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスとを含むキャンペーン・データベースと、広告媒体に掲載されたメールアドレスを用いてキャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募したユーザーの入力情報が登録される応募データベースとを備え、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定を、インターネットを含む通信ネットワークを介してユーザーが広告媒体に掲載されたメールアドレス宛てに携帯無線端末より電子メールを送信することによって行うので、ユーザーにとって簡単な手法であり、且つ正確な広告効果の測定が可能になる。

【0033】請求項2に記載の発明によれば、キャンペーンを行う各企業を特定する企業特定情報が登録される企業データベースを備え、クライアント企業からの受注キャンペーン又は広告媒体に対し特定のメールアドレスを発行して割当てるメールアドレス発行手段と、企業のキャンペーン登録を行い、メールアドレスを各広告媒体に掲載してキャンペーンを開始するキャンペーン受注手

段と、メールアドレス発行手段によりキャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスをキャンペーン・データベースに格納するキャンペーンデータ格納手段とを備えることで、クライアント企業が簡単に広告効果測定のためのキャンペーン又は広告媒体の登録と提供ができる。

【0034】請求項3に記載の発明によれば、メール送受信機能を有する携帯無線端末を用いて、キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスにユーザーが空のメールを送信して、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を行うキャンペーン応募手段と、ユーザーからの応募メールを受付け該当キャンペーン又は広告媒体の有無をキャンペーン・データベースより確認するキャンペーン受付手段と、キャンペーンが応募対象期間であれば応募データベースを確認しユーザーの応募データが無い場合は応募データベースに登録するキャンペーン応募登録手段とを備えることで、ユーザーの重複応募を避けると共に正確な広告効果測定が可能になる。

【0035】請求項4に記載の発明によれば、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザーからのメールを受信しメールアドレス毎のメールボックスを有するメールサーバーを備え、キャンペーン受付手段は、ユーザーの携帯無線端末からの応募送信メールを自動的にキャンペーン又は広告媒体毎に仕分けするので、キャンペーン受付処理が効率化されて、応募データベースへの書き込みが機能的となり正確な集計が可能になる。

【0036】請求項5に記載の発明によれば、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザーを特定するID、パスワード、名前（又は名称）を少なくとも含む会員特定情報が登録される会員データベースと、キャンペーンを提供するクライアント企業、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザー、及びシステム管理者に情報を提供するWebサーバーとを備え、メールサーバーは、ユーザーにキャンペーン又は広告媒体に係わる情報をメールで送信する機能を有し、キャンペーン応募登録手段で登録済みのユーザーに、キャンペーンを行う企業の提供情報が掲載されたWebページのURLリンク付きメールを送信する提供情報URL通知手段と、メール送受信機能とWebブラウザ機能とを有する携帯無線端末を用いて、ユーザーが前記URLを指定してWebページを参照し、提供情報の懸賞・プレゼント等に応募する提供情報応募手段と、ユーザーが参照する提供情報のWebページへの入力により、応募データベースから再度該当ユーザーのチェックを行い、ユーザーが必要事項を入力することによって会員データベースへの会員登録を行う会員登録手段と、ユーザーに応募又は会員登録手続きの完了をメールで通知する応募登録完了手段とを備えることで、オフラ

イン広告において、携帯無線端末からの応募ルートを拡大して多くの告知効果が得られ、各広告媒体効果の正確な測定を企業の宣伝、経営に反映させることができる。

【0037】請求項6に記載の発明によれば、会員登録が完了したユーザーに、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を受付ける度にポイントを付与し、得られたポイントに相当する金券又は商品との交換ができるようにしたので、広告効果測定のメリットがユーザーにも還元され、広告効果測定が促進される。

【0038】請求項7に記載の発明によれば、ユーザーが応募したキャンペーン又は広告媒体に係わる広告閲覧効果を、通信ネットワークを介して確認できるレポート生成手段と、キャンペーン又は広告媒体に係わる応募者データをデータベースからダウンロードできる応募者データダウンロード手段とを備えることで、キャンペーン又は広告媒体を提供するクライアント企業が、その広告効果を知ることができる。

【0039】請求項8に記載の発明によれば、メールアドレスは、ユーザーIDの部分を複数桁の数字で構成し、少なくとも最初の2桁以上にキャンペーン・コードを割当て、次の複数桁に自由コードを割当て、最終桁に誤り訂正のチェックデジットを付加しているので、携帯電話などの番号入力だけで対象とするキャンペーン又は広告媒体を簡単に指定することができ、特別な閲覧ソフトを必要としないメールだけの応募が可能になる。

【0040】請求項9に記載の発明によれば、キャンペーン・データベースは、少なくともキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報とメールアドレスとを関連付けて格納し、メールアドレスのキャンペーン・コードを検索することによってキャンペーン又は広告媒体を一意に識別できるので、キャンペーンの検索が容易になり、キャンペーンの検索、参照処理を高速化できる。

【0041】請求項10に記載の発明によれば、レポート生成手段および応募者データダウンロード手段は、オンライン応募アクセスと、オフライン応募アクセスとを総合したトータルのアクセス回数を集計して、正確な広告効果の測定を可能にしたことで、総合的な視野から見た、より経済効果のある広告を作成する手助けになる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の実施の形態における広告効果測定管理システムの構成図である。

【図2】図1に示す広告効果測定管理システム全体の業務フローを示す図である。

【図3】図2に示すユーザーからの携帯無線端末での応募受付処理のフローを示す図である。

【図4】図3に示す応募受付処理の詳細フロー（その1）を示す図である。

【図5】図3に示す応募受付処理の詳細フロー（その

2) を示す図である。

【図6】図2に示すメールアドレスの一例を示す図である。

【図7】図3に示すキャンペーン・データベースの内容例を示す図である。

【図8】図4、図5に示す応募プロセスの説明図である。

【図9】図8に示す応募プロセスの、会員の場合の説明図である。

【符号の説明】

1 携帯無線端末

2 ネットワーク装置

3 メールサーバー

4 クライアント端末装置

5 インターネット通信回線

6 システム管理用端末装置

7 Webサーバー

8 データベース・サーバー

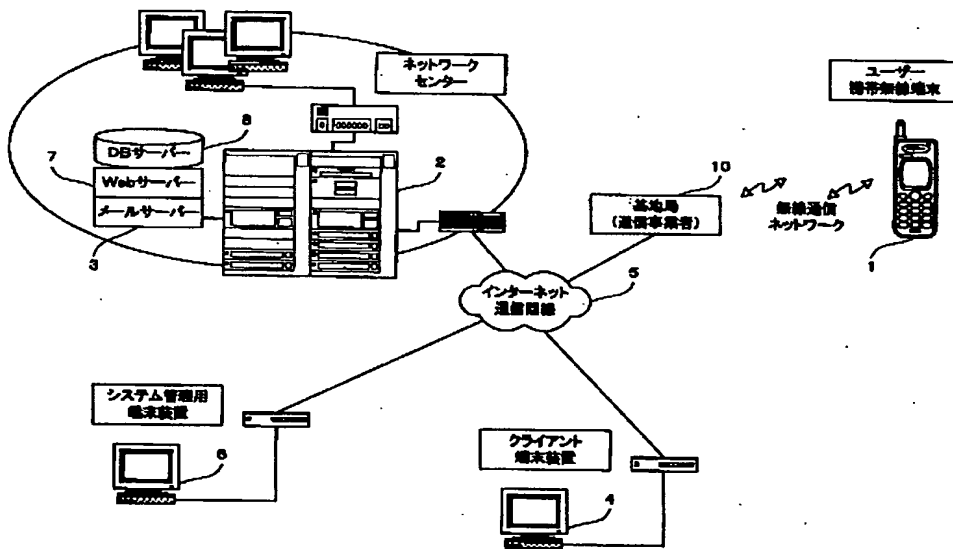
20 キャンペーン・データベース

21 応募データベース

10 22 会員データベース

23 企業データベース

【図1】



【図6】

メールアドレス

99 9999 9@abcde. abc. ne. jp

(1) (2) (3) (4)

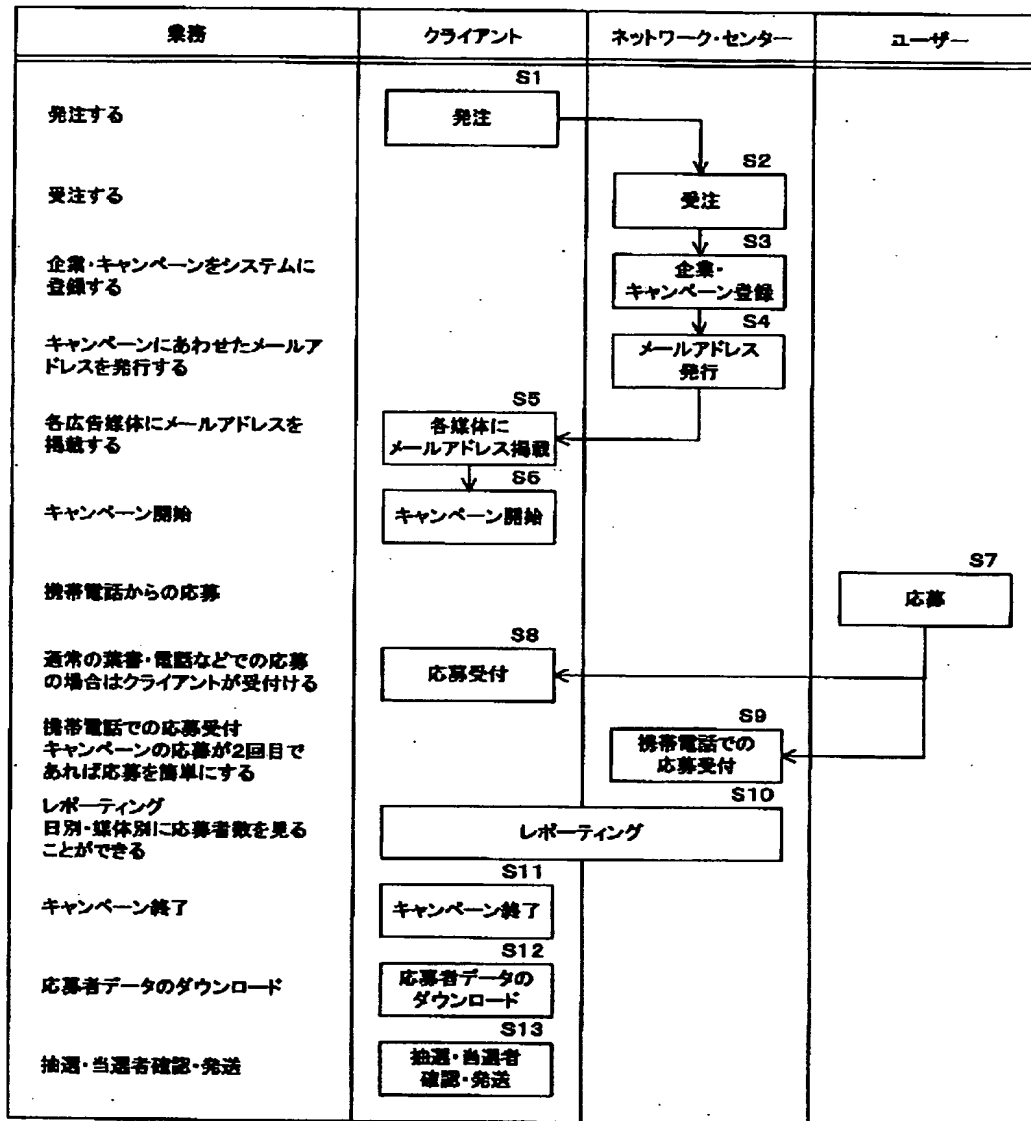
(1) キャンペーンコード 各キャンペーン毎に付与されるコード

(2) 自由コード キャンペーン毎に企業が自由に設定できるコード(媒体毎、地域毎など)

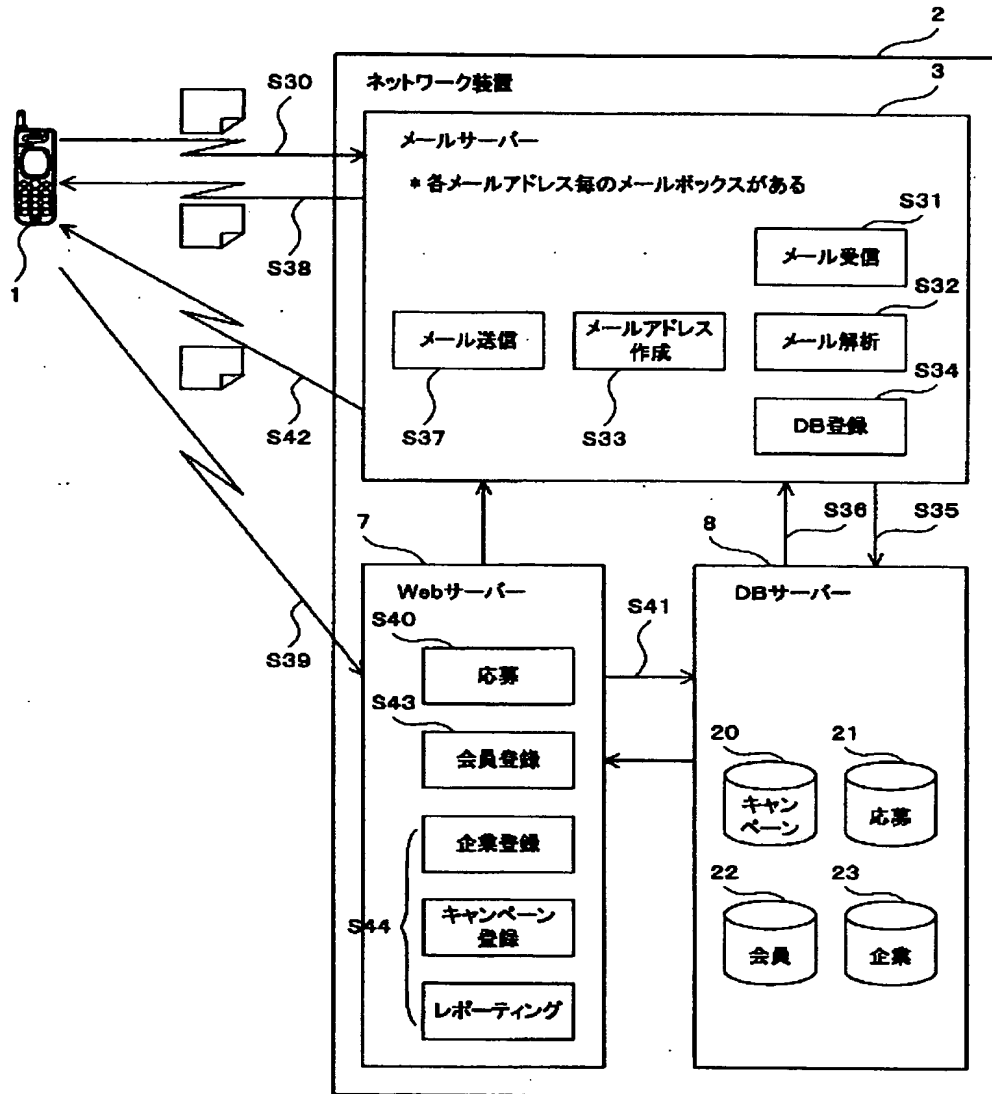
(3) チェックデジット (1)(2)の数値が正確に記述されているかどうかをチェックするためのもの

(4) ドメイン センターが保有しているドメインを選択できる

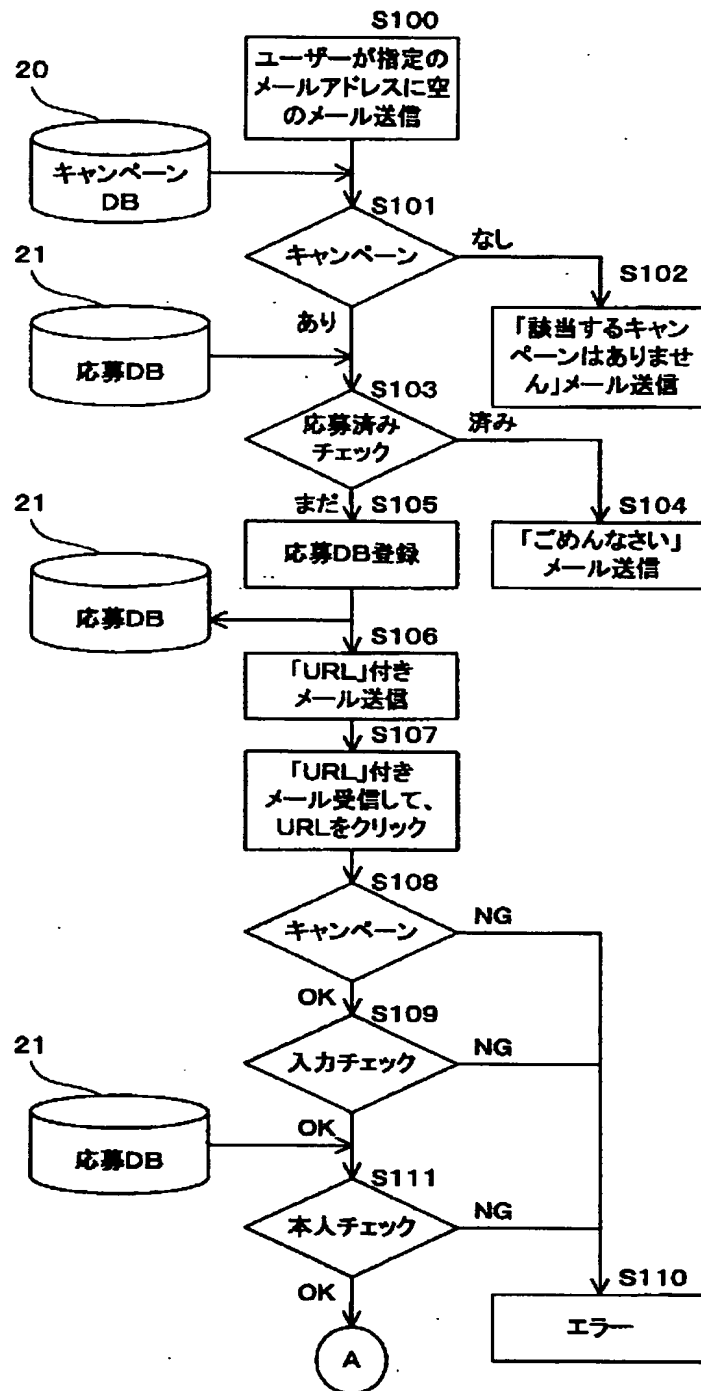
【図2】



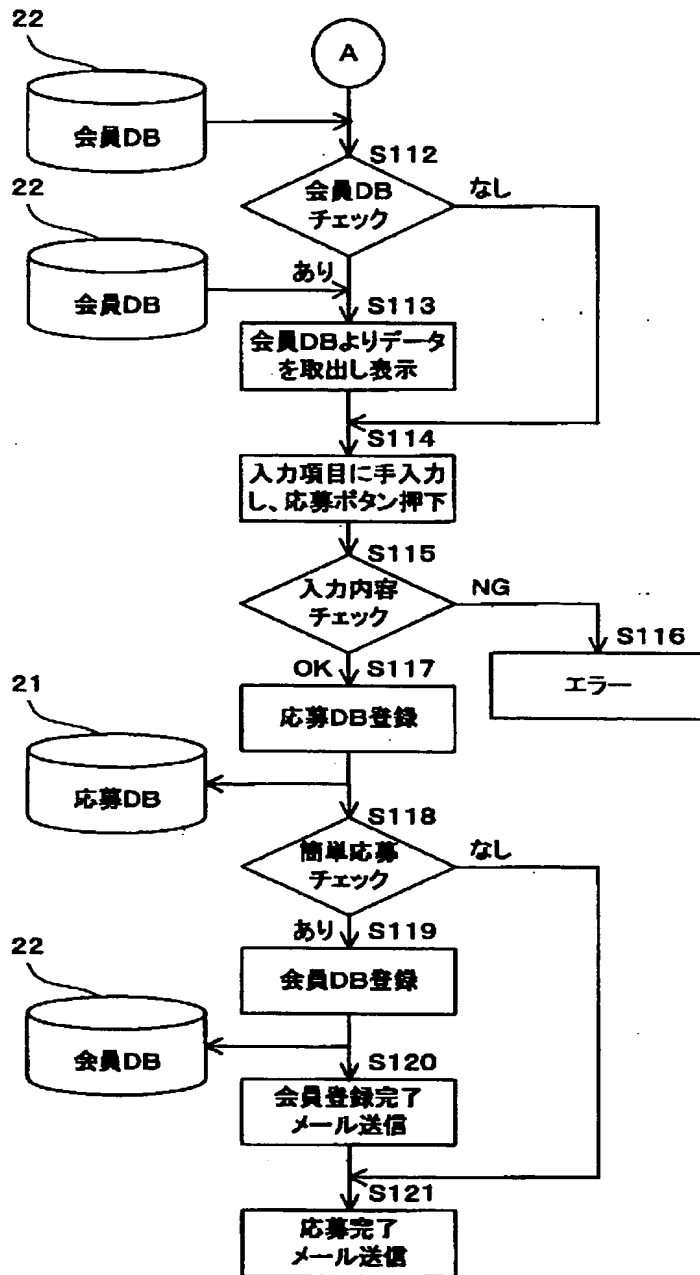
【図 3】



【図4】



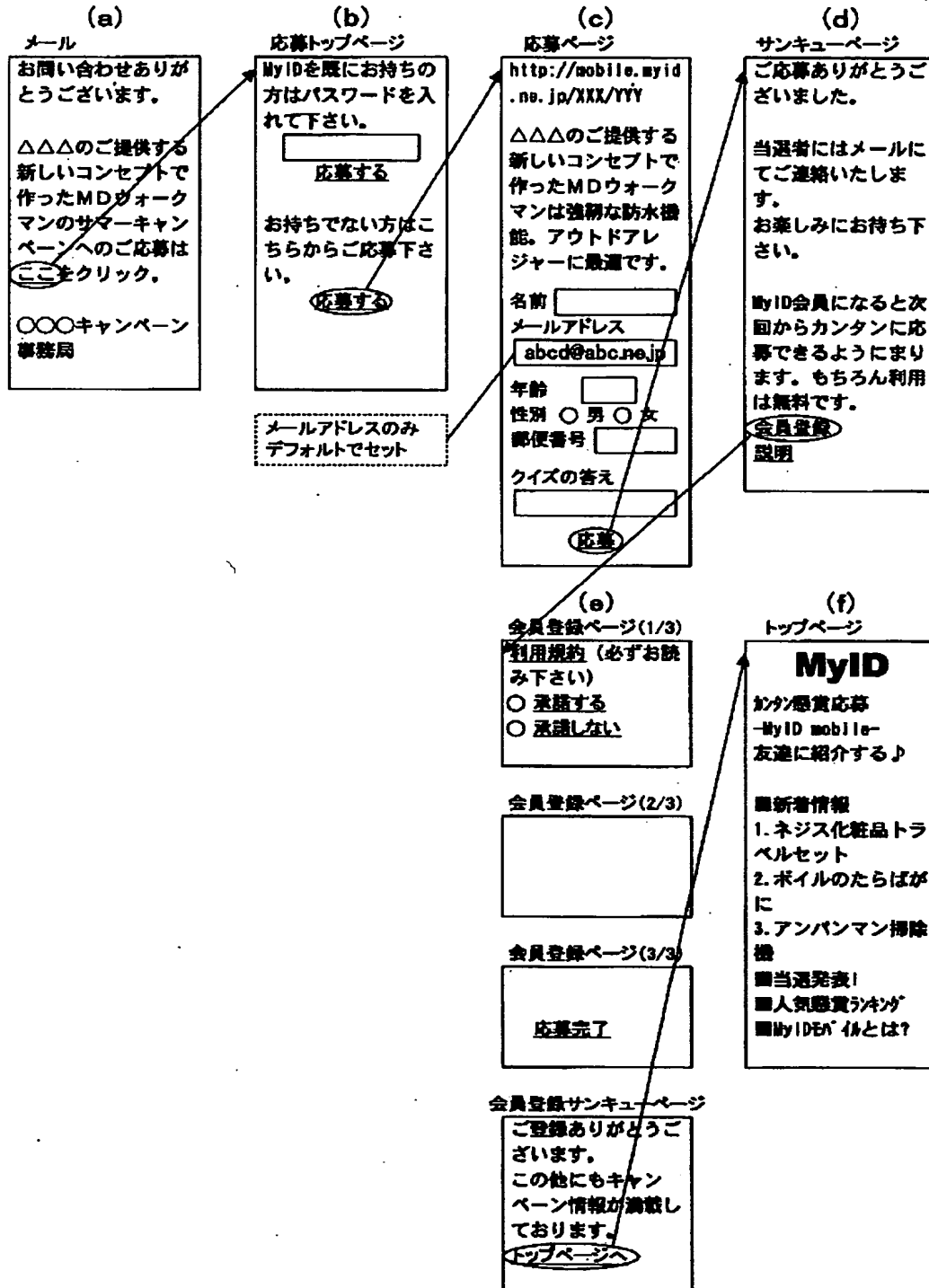
【図5】



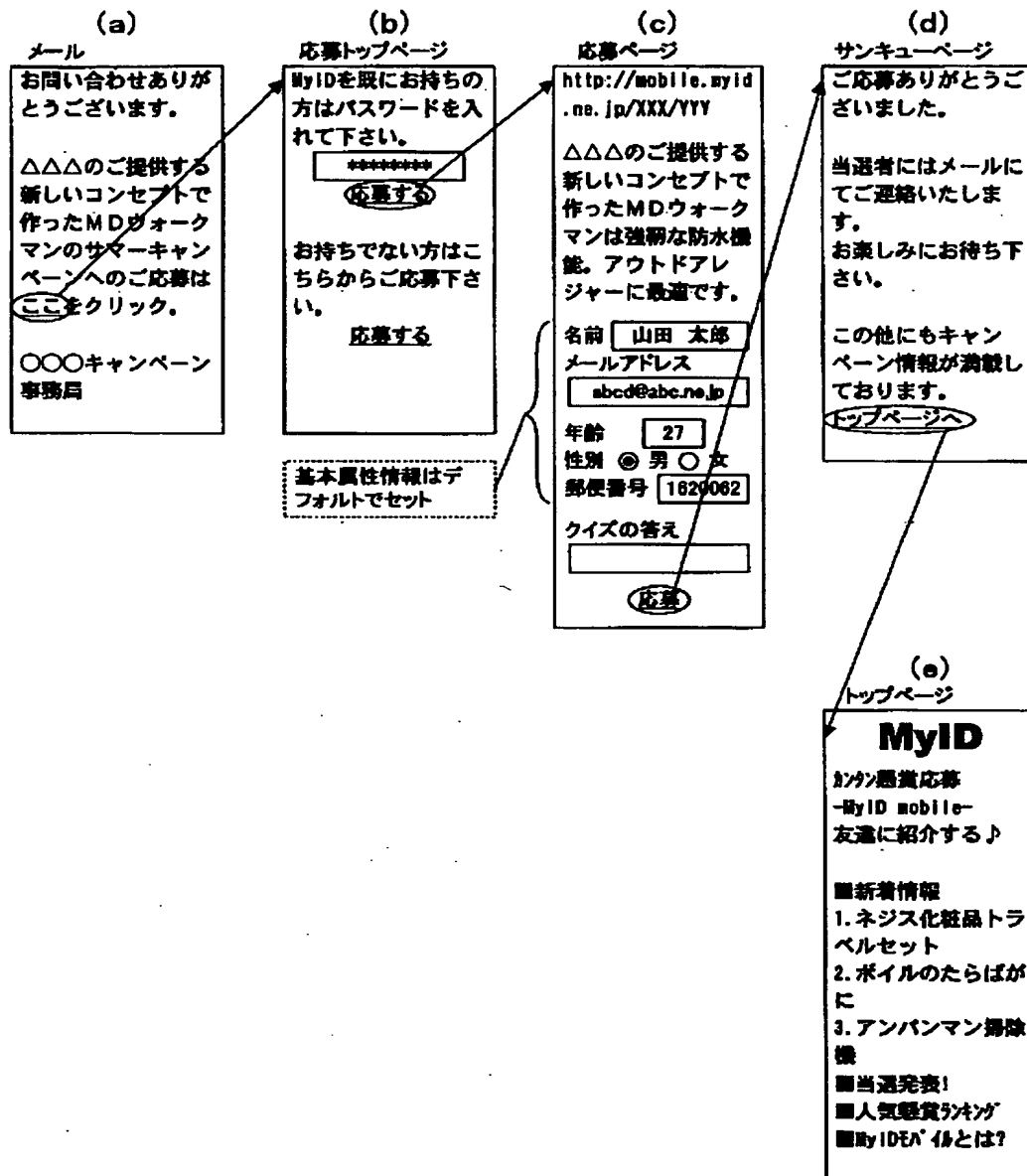
【図7】

10 NO	11 キャンペーン名	12 企業名	13 メールアドレス
1	サマー	ABC交通	00 0000 0
2	000	ABC銀行	△△ △△△△ △
3	000	ABC証券	△△ △△△△ △
⋮	⋮	⋮	⋮
n	000	ABC航空	△△ △△△△ △

【図8】



【図9】



**This Page is Inserted by IFW Indexing and Scanning
Operations and is not part of the Official Record**

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:

- ☐ BLACK BORDERS
- ☐ IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- ☐ FADED TEXT OR DRAWING
- ☐ BLURRED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING
- ☐ SKEWED/SLANTED IMAGES
- ☒ COLOR OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS
- ☐ GRAY SCALE DOCUMENTS
- ☐ LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT
- ☐ REFERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY
- ☐ OTHER: _____

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

As rescanning these documents will not correct the image problems checked, please do not report these problems to the IFW Image Problem Mailbox.